

КОЖАМКУЛОВА Ж.Т.

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ

Учебное пособие

Рецензенты: д.э.н., профессор Джолдасбаева Г.К.

к.э.н. Бейжанова А.Т.

к.э.н. Купешова С.Т.

Казахский национальный университет имени аль-Фараби

Стратегический маркетинг. Учебное пособие. Ж.Т. Кожамкулова – Алматы: КазНУ имени аль-Фараби, 2016. – 176с.

Учебное пособие является базовым курсом учебной дисциплины «Стратегический маркетинг».

В учебном пособии рассматриваются основные концептуальные основы стратегического маркетинга, его взаимосвязь с операционным маркетингом. Подробно излагаются вопросы стратегического поведения потребителей, их сегментации, анализа привлекательности рынка, вопросы конкурентоспособности и выбора стратегий развития рынка на различных уровнях. Также рассмотрены вопросы разработки инструментальных стратегий по основным элементам комплекса маркетинга, изучены применяемые аналитические инструменты стратегического анализа.

После каждого раздела приводятся вопросы для повторения и обсуждения.

Пособие рассчитано на руководителей всех уровней, студентов, слушателей курсов по повышению квалификации.